

Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Хакасский технический институт – филиал ФГАОУ ВО
«Сибирский федеральный университет»

институт
«Экономика и менеджмент»
кафедра

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой
_____ И. В. Панасенко
подпись инициалы, фамилия
« ____ » _____ 2016 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

38.03.01 Экономика
код – наименование направления

Увеличение рынка сбыта путем открытия новой торговой точки
на примере ООО «ЛЕБЕТТИ»
тема

Руководитель	_____	<u>к. э. н., доцент</u>	<u>Е.Л. Прокопьева</u>
	подпись, дата	должность, ученая степень	инициалы, фамилия
Выпускник	_____		<u>Т. Д. Ломова</u>
	подпись, дата		инициалы, фамилия

Абакан 2016

Продолжение титульного листа бакалаврской работы по теме Увеличение рынка сбыта путем открытия новой торговой точки на примере ООО «ЛЕБЕТТИ»

Консультанты по разделам:

Теоретическая часть
наименование раздела

подпись, дата

Е. Л. Прокопьева
инициалы, фамилия

Аналитическая часть
наименование раздела

подпись, дата

Е. Л. Прокопьева
инициалы, фамилия

Проектная часть
наименование раздела

подпись, дата

Е. Л. Прокопьева
инициалы, фамилия

Нормоконтролер

Н.Л. Сигачева

РЕФЕРАТ
ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ
в форме бакалаврской работы

Тема выпускной квалификационной работы Увеличение рынка сбыта путем открытия новой торговой точки на примере ООО «ЛЕБЕТТИ»

ВКР выполнена на 60 страницах, с использованием 2 иллюстраций, 32 таблицы, 9 формул, 2 приложений, 30 использованных источников, 7 количество листов иллюстративного материала (слайдов)

Ключевые слова: ПРЕДПРИЯТИЕ, РАСШИРЕНИЕ, ТОРГОВАЯ ТОЧКА, СТРАТЕГИЯ, КРИЗИС

Автор работы	<u>72-3</u>	_____	<u>Т. Д. Ломова</u>
	номер группы	подпись	инициалы, фамилия

Руководитель работы	_____	<u>Е. Л. Прокопьева</u>
	подпись	инициалы, фамилия

Год защиты квалификационной работы - 2016

Целью является исследование расширения производства и оценки его эффективности.

Задачи: рассмотреть теоретическую сторону особенностей расширения предприятия; определить оптимальный путь для расширения производства; сделать анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия; сделать выводы по итогам анализа, разработать мероприятие по расширению деятельности предприятия и по повышению эффективности его деятельности.

Актуальность темы расширения производства обусловлена необходимостью повышения конкурентоспособности предприятия, а так же увеличение эффективности использования ресурсов предприятия.

По итогам анализа финансовой деятельности видно, что предприятие рентабельно, но прибыль оно получает в малых количествах и медленно. Для увеличения оборота капитала, товарооборота и была предложена стратегия открытия магазина. Сделав выводы, можно порекомендовать следующее: - открытие магазина; - размещение рекламы на баннерах, листовках, в СМИ. С помощью предложенных рекомендаций предприятие сможет значительно укрепить свое финансовое состояние, а так же в будущем возможно открытие сети фирменных магазинов от предприятия.

SUMMARY

The topic of the final qualifying paper is: Marketing development way of starting a shop on the example of the LLC «Lebetti»

Paper includes 60 pages, 2 illustrations, 32 tables, 9 formulae, 2 appendixes, 30 references, 7 sheet of illustrative material (slides).

The author (gr. N. 72-3)

_____	<u>Lomova T.D.</u>
signature	initials, surname
_____	<u>Prokop'eva E. L.</u>
signature	initials, surname
_____	<u>Nikitina E. A.</u>
signature	initials, surname

The supervisor

Norm control in English

The year of the paper; 2016

The aim is to research production expansion and estimation of its efficiency.

Problem is to observe the theoretical aspect of the features of company extension; to determine the best way to expand production; to analyse financing and operating activities of the enterprise; to draw conclusions according to the results of the analysis and to work out action items to expand business enterprise and to increase its effectiveness.

The relevance of the topic of the expansion of production is attributable to the need of enhancement of the enterprise competitiveness and efficiency of using of the enterprise resources.

According to the results of the analysis of financial activities it shows that the company is profitable, but it receives a few profit. To increase the turnover of capital and commodity turnover, strategy of marketing development was proposed. Having made conclusions, it is recommended: to open a shop; to place advertising in banners, leaflets, in the mass media. With the proposed recommendations, the company will be able to significantly strengthen its financial condition, as well as in the future it is possible to open a network of branded shops.

Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Хакасский технический институт – филиал ФГАОУ ВО

«Сибирский федеральный университет»

институт

«Экономика и менеджмент»

кафедра

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой

_____ И.В. Панасенко

подпись инициалы, фамилия

« ____ » _____ 2016 г.

ЗАДАНИЕ
НА ВЫПУСКНУЮ КВАЛИФИКАЦИОННУЮ РАБОТУ
в форме бакалаврской работы

Студенту Ломовой Татьяне Дмитриевне
фамилия, имя, отчество

Группа 72-3 Направление 38.03.01 Экономика
номер код наименование

Тема выпускной квалификационной работы Увеличение рынка сбыта путем открытия новой торговой точки на примере ООО «ЛЕБЕТТИ»

Утверждена приказом по институту № 167 от 1 марта 2016 г.

Руководитель ВКР

Е. Л. Прокопьева, кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики
инициалы, фамилия, должность, ученое звание и место работы

Исходные данные для ВКР

Нормативные документы, учебники, учебные пособия, конспекты, методические указания, статьи, словари

Перечень разделов ВКР

1. Теоретическая часть. Расширение деятельности предприятия.
2. Аналитическая часть. Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия.
3. Проектная часть. Расширение деятельности предприятия путем открытия торговой точки на примере ООО «ЛЕБЕТТИ».

Перечень иллюстративного материала (слайдов)

1. Теоретическая часть.
2. Аналитическая часть 1.
3. Аналитическая часть 2.
4. Аналитическая часть 3.
5. Проектная часть 1.
6. Проектная часть 2.
7. Проектная часть 3.

Руководитель ВКР

подпись

Е. Л. Прокопьева
инициалы и фамилия

Задание принял к исполнению

_____ Т. Д. Ломова
подпись, инициалы и фамилия студента

« ____ » _____ 2016 г.

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	6
1 Теоретическая часть. Расширение деятельности предприятия.....	8
1.1 Общая характеристика деятельности предприятия.....	8
1.2 Основные стратегии расширения и совершенствования деятельности предприятия.....	12
1.3 Проблемы развития предприятий в условиях экономического кризиса.....	19
2 Аналитическая часть. Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия.....	21
2.1 Характеристика предприятия.....	21
2.2 Анализ активов и пассивов.....	23
2.3 Анализ финансового состояния.....	28
2.4 Управленческий анализ.....	33
2.5 Заключительная оценка деятельности предприятия.....	38
3 Проектная часть. Расширение деятельности предприятия путем открытия торговой точки на примере ООО «ЛЕБЕТТИ».....	42
3.1 Условия и предпосылки разработки мероприятия.....	42
3.2 Инвестиционный проект по открытию магазина.....	44
3.3 Оценка эффективности мероприятия.....	48
Заключение	53
Список использованных источников	55
Приложение А, Б.....	58

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы расширения производства обусловлена необходимостью повышения конкурентоспособности современных предприятий, а также увеличение эффективности использования ресурсов предприятия.

Предприятия, исходя из спроса на производимую продукцию, самостоятельно планируют свое развитие и определяют его перспективы развития. Предприятия должны учитывать интересы потребителя, его требования к качеству поставляемой продукции и услуг, платежеспособность потребительского класса.

Конкурентная борьба и её ужесточение, изменения окружающей среды, изменения запросов потребителей, неожиданные изменения факторов внешней среды (экономических, политических и другие) - это малая часть причин, приводящих к возрастанию значения стратегического управления [15].

Современная экономическая ситуация вынуждает предпринимателя особенно внимательно относиться к планированию своей деятельности. Именно на основе планирования предприниматель может реально уменьшить внутренние и часть внешних рисков компании, сохраняет гибкость управления производством. У каждого предприятия свои проблемы, к которым нужен особенный подход. С учетом каждого подразделения предприятия разрабатывается стратегия, подходящая под проблему, которую удастся обнаружить.

Стратегия – план, разрабатываемый руководством, для достижения целей предприятия, при участии всех уровней управления. Каждый вид стратегии предусмотрен для определенного вида проблем [24].

Объектом исследования было выбрано действующее предприятие общество с ограниченной ответственностью «ЛЕБЕТТИ».

Предметом исследования является пути развития предприятия и методы оценки эффективности производства общества с ограниченной ответственностью «ЛЕБЕТТИ».

Целью дипломной работы является исследование путей расширения производства и оценки его эффективности.

Для выполнения цели дипломной работы были поставлены следующие задачи:

- рассмотреть теоретическую сторону особенностей расширения предприятия;
- определить оптимальный путь для расширения производства;
- провести анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия;
- разработать мероприятия по расширению деятельности предприятия и повышению его эффективности.

Дипломная работа определена целью и задачами исследования. Работа состоит из введения, трех глав, заключения и списка литературы.

Практическая значимость данного дипломного проекта заключается в поиске наиболее эффективного метода решения проблемы предприятия. С помощью разработанных мер в будущем предприятие сможет увеличить сбыт продукции, расширить производство и увеличить клиентскую базу.

ТЕОРЕТИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ 1 РАСШИРЕНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

1.1 Общая характеристика деятельности предприятия

Характеристика предприятия подразумевает выявления его главных характеристик, выводящих его самостоятельный субъект рыночных отношений. Этими характеристиками являются:

- производственно-техническое единство, что говорит об обобщении процессов производства, капитала и технологий;
- организационное единство, где предприятие представляет собой организм со своей внутренней структурой управления;
- экономическое единство, что обозначает совокупность материальных, финансовых, технических ресурсов и экономических результатов работы.

Предприятие — самостоятельный, организационно-обособленный хозяйствующий субъект, с правами юридического лица, который производит и сбывает товары, выполняет работы, оказывает услуги [9].

Цели – это быстродостижимые результаты, к которым стремится предприятие. Стратегия нацелена на более долгое исполнение и призвана обеспечивать адаптацию предприятия к быстро меняющейся окружающей среде, поэтому она должна отвечать на следующие вопросы: что, в каком количестве, какого качества производить; на какие рынки работать; какие действия, как и зачем необходимо осуществлять в первую очередь.

Таким образом, реализация стратегии может обеспечить постоянное усиление экономической мощи предприятия, повышение конкурентоспособности.

Основными целями предприятия являются:

- повышение прибыли;
- увеличение рентабельности предприятия;
- завоевание большей доли рынка для своего товара;

- улучшение качества товара, максимальное использование своих ресурсов.

Задачи предприятия состоят в следующем:

- получение дохода;
- недопущение сбоев в производстве;
- обеспечение покупателей качественным товаром в установленные сроки;
- разработка стратегии и тактики поведения предприятия на рынке;
- обеспечение персонала предприятия оптимальной заработной платой и так далее.

Последовательность процесса выработки стратегии выглядит следующим образом: а) анализ внешней и внутренней среды; б) разработка миссии и целей предприятия; в) выбор конкретной стратегии развития; г) реализация стратегии [3]. Анализ внешней и внутренней среды производится с помощью SWOT-анализа. Для наглядного предоставления о будущем производстве проведем SWOT-анализ в таблице 1.1.

Таблица 1.1– SWOT-анализ

<p>Сильные стороны</p> <ul style="list-style-type: none"> - высокое качество продукта - доступные цены - наличие постоянных клиентов - гибкая ценовая политика 	<p>Слабые стороны</p> <ul style="list-style-type: none"> - необходимо строгое соблюдение качества материалов - наличие конкурентов
<p>Возможности</p> <ul style="list-style-type: none"> - постоянный спрос - положительный имидж компании 	<p>Риски</p> <ul style="list-style-type: none"> - возрастание конкуренции в молочной отрасли - сбои в поставке сырья

Итоги оценки можно выразить через группы факторов: экономических; политических; рыночных; конкурентных; международных; социальных; производственно-технологических.

Внешняя среда предприятия – это условия и факторы, которые оказывают воздействие на предприятие и возникают они независимо от предпри-

ятия. Внутренняя среда предприятия является результатом управленческих решений, а так же определяет условия работы предприятия [21].

Внешние факторы делят на две группы: факторы прямого воздействия и факторы косвенного воздействия.

Факторы прямого воздействия – это факторы, которые оказывают непосредственное влияние на деятельность предприятия. К ним относятся поставщики ресурсов, потребители, конкуренты, государство, профсоюзы и так далее. Факторы косвенного воздействия не оказывают прямого действия на деятельность предприятия, но учет их необходим для выработки правильной стратегии [26].

Наиболее значимые факторы косвенного воздействия:

- политические факторы;
- экономические факторы;
- социальные факторы внешней среды;
- технологические факторы.

Информация о внутренней среде необходима для того, чтобы определить потенциал, на который предприятие может для достижения поставленных целей; анализ внутренней среды позволяет лучше уяснить цели и задачи организации.

Ни одно предприятие, не зависимо от формы управления, не освобождается от государственного контроля, который ведется над:

- доходами предприятия, уплатой налогов;
- санитарным состоянием производства;
- соблюдением стандартов и технических условий производства;
- правовой защитой персонала предприятия и так далее.

В обязанности предприятия входит:

- исполнять санитарно-гигиенические нормы и требования по защите здоровья работников, потребителей продукции и другое;
- обеспечивать своим работникам безопасные условия труда;

- обеспечивать своевременно и в полном объеме выплату работникам заработной платы и иных выплат;
- осуществлять оперативный и бухгалтерский учет результатов финансово-хозяйственной и иной деятельности, вести статистическую отчетность, отчитываться о результатах деятельности и использовании имущества с предоставлением отчетов в порядке и сроки, установленные законодательством РФ и так далее [19].

Основные признаки классификации предприятий: принадлежность по отрасли; структура производства; используемые ресурсы; назначение готовой продукции; размеры; форма собственности; организационно-правовая форма; технологическая и техническая общность; время работы в течение года.

Предприятия делят по размерам на крупные, средние и малые. В России на данный момент существует три критерия малого бизнеса: численность работников; стоимостной объем продукции; стоимостной объем производственных фондов.

По формам выделяют муниципальные, частные и государственные предприятия. По организационно-правовой форме выделяется полное товарищество и товарищество на вере, общество с ограниченной ответственностью, общество на доверительной основе, открытое акционерное общество, государственные, муниципальные предприятия, производственные кооперативы.

Так же предприятия делятся по характеру сырья на предприятия добывающей промышленности и обрабатывающей промышленности.

По характеру деятельности предприятия бывают: некоммерческие: не нацеленные на обогащение за счет продажи товара; коммерческие: предприятия, получающие доход от продаж.

По техническому и технологическому признаку выделяют четыре типа предприятий:

- с непрерывным процессом производства;

- с прерывным процессом производства;
- с большим количеством механических процессов производства;
- с большим количеством химических процессов [5].

По времени работы выделяют предприятия сезонного действия и предприятия круглогодичного действия.

Для достижения поставленных перед предприятием целей необходима тщательная проработка производственного процесса и деятельности предприятия.

Производственный процесс – это рациональное сочетание живого труда со средствами производства, в результате которых создаются материальные блага [12]. Производственный процесс можно разделить на частные процессы, вследствие выполнения которых производятся части определенных товаров. На предприятии выделяют основные и вспомогательные операции. К основным процессам относятся процессы, под действием которых изменяется форма и размер продукции, а также его свойства.

Под вспомогательными операциями понимаются процессы, не связанные напрямую с производством, призванные обеспечивать нормальную работу основной деятельности предприятия. Так же на производстве выделяют тип производственного процесса: единичный, серийный или массовый. Единичный тип характеризуется небольшим объемом выпуска продукции, а также высокой степенью оригинальности деталей. Серийный основан на большом количестве продукции, к рабочему месту товар поступает партиями. Массовое производство характеризуется узкой специализацией рабочих мест.

1.2 Основные стратегии расширения и совершенствования деятельности предприятия

Расширение деятельности предприятия всегда означает привлечение средств со стороны, что опасно при высоких процентных ставках, так как это делает финансовые риски наиболее опасными. Эффект финансового рычага является инструментом определения эффективности использования прибыли

и его отрицательное значение – свидетельство нерационального использования прибыли.

Решение о расширении деятельности предприятия принимается легче, если расширение может быть завоевано не путем увеличения количества зданий или расширения территории, а путем увеличения эффекта от их использования.

Согласно высказыванию В.Р. Веснина [10, с. 143], «рыночная стратегия - формирование целей, достижение их и решение задач предприятия-производителя по каждому отдельному товару, по каждому отдельному рынку на определенный период. Стратегия формируется в целях осуществления производственно-коммерческой деятельности в полном соответствии с рыночной ситуацией и возможностями предприятия».

Конкурентная борьба и её ужесточение, изменения окружающей среды, изменения запросов потребителей, неожиданные изменения факторов внешней среды (экономических, политических и других) - это малая часть причин, приводящих к возрастанию значения стратегического управления.

Стратегия – план, разрабатываемый руководством, для достижения целей предприятия, при участии всех уровней управления. Каждый вид стратегии предусмотрен для определенного вида проблем [18]. Каждая компания (предприятие) самостоятельно разрабатывает план стратегии подходящей именно к их проблеме. Но многие менеджеры считают, что предприятие может обойтись без стратегии, что выбор и разработка ее лишняя трата времени и денег, но мировой опыт говорит об обратном. Реализация стратегии имеет большое количество преимуществ:

- руководитель предприятия начинает мыслить перспективно;
- стратегия четко распределяет усилия предприятия, ничего не тратится впустую;
- стратегия устанавливает и контролирует показатели деятельности; предприятие досконально знает все свои цели и стремится к их выполнению;

- стратегия позволяет предприятию быть готовым к внезапным рискам и кризису;
- стратегическое управление наглядно показывает, как взаимосвязаны все органы управления предприятия и их обязанности [22].

В основу выбора стратегии ложится исследование внешней среды предприятия, анализ развития организации при определенном положении факторов, которые были перечислены вначале пункта.

Стратегические решения делятся на три уровня, представленных на рисунке 1.1.



Рисунок 1.1 – Уровни стратегических решений

Корпоративная стратегия - определяет товарные линии организации, распределяет ресурсы между хозяйственными подразделениями, принимает решения о слиянии, приобретении структур и т. д.

Деловая стратегия (бизнес-стратегия) – показывает, как предприятие будет конкурировать на конкретном товарном рынке.

Функциональные стратегии – это поиск эффективного исполнения функций в рамках стратегического плана [30].

Выделяют множество разных видов стратегий, которые в свою очередь делятся еще на подпункты.

Стратегии возможностей по рынкам сбыта.

Разработка товара – эффективна тогда, когда товар предприятия имеет спрос у потребителей.

Глубокое проникновение на рынок – наиболее эффективно на знакомом рынке, где нет избытка товара. В этой стратегии необходимо снизить издержки до минимума.

Развитие рынка – эффективно, когда уже известную продукцию применяют в новой сфере, возможно даже необычную для данного вида товара или когда происходят демографические изменения, изменения стиля жизни.

Стратегии интеграции.

Прогрессивная стратегия – рост предприятия за счет приобретения и усиления контроля над структурами, находящимися между производителем и конечным потребителем, такими как, например, транспортировка, складирование и так далее.

Регрессивная стратегия – рост предприятия, за счет приобретения новых сырьевых ресурсов (поставщиков), усиления контроля за старыми поставщиками и за счет создания дочерних структур.

Горизонтальная стратегия интеграции – более жесткий контроль и наблюдение за конкурентами, их поглощение.

Стратегии диверсификации.

Горизонтальная стратегия диверсификации – рост на имеющемся рынке за счет продвижения новой продукции, отличной от используемой, нацеленной на старых потребителей.

Конгломератная стратегия – производство продукции, технически не связанной с прежней продукцией.

Концентрическая стратегия – поиск (использование) уже существующих в бизнесе дополнительных средств и возможностей для выпуска новых продуктов, с маркетинговой точки зрения похожих на старый товар. Это производится для привлечения новых классов потребителей.

Стратегии по отношению к продукту.

Низкие издержки – массовое производство товаров, за счет которого можно снизить цены и минимизировать издержки.

Концентрация – работа с узкоспециализированными товарами, услугами, продуктами.

Дифференциация – заключается в выпуске предприятием товара, интересующего потребителей. При этом товар отличается оформлением, качеством, упаковкой.

Стратегии деятельности небольших фирм.

Оптимальный размер – для крупных предприятий с неудовлетворительной для них прибылью.

Копирование – выпуск недорогой и качественной продукции взамен какому либо дорогостоящему товару.

Использование достоинств крупного производителя – крупная фирма предоставляет малому производителю право на протяжении определенного времени, по общей договоренности, использовать его торговую марку, или пользоваться его технологиями, оборудованием.

Участие в продукте крупного производителя - крупным компаниям выгоднее покупать у малых и мелких предприятий полуфабрикаты или материалы, чем содержать свое собственное мелкое предприятие.

Стратегия сокращения.

«Сбор урожая» - отказ от длительного участия в бизнесе для получения дохода в краткосрочной перспективе. Применяется к бизнесу, который не перспективен, с помощью уменьшения затрат на производство, полагаясь на уже имеющийся на складе и в продаже товар.

Ликвидация – договоренность предприятий, когда одно из них не может больше работать и ликвидируется для того, чтобы работать совместно и уменьшить издержки.

Частичное сокращение расходов – мера, с расчетом на краткий срок, связанная со снижением затрат, сокращением персонала, снижением производства товаров при угрозе кризиса или банкротства.

Частичное сокращение подразделений - фирма закрывает или продает одно из неприбыльных подразделений для возможного открытия более перспективных подразделений или инвестирования в инновации [30].

Особенности стратегии открытия торговой точки.

Открытие торговой точки от уже существующего предприятия – это не всегда решение, приносящее выгоду. Это большой риск, так как руководство не знает наверняка, что эта стратегия будет эффективна.

Для того чтобы снизить риски неудачи производятся следующие действия:

- руководство анализирует возможность предприятия выделить средства на открытие торговой точки;
- определяется, будет ли предприятия платежеспособным в случае получения кредита;
- разрабатывается план по осуществлению стратегии;
- анализируется рынок, на котором производится продажа товара и так далее [13].

Когда производятся все вышеперечисленные действия, предприятие переходит к осуществлению стратегии.

Что нужно для открытия торговой точки.

Во-первых, принятие решения о географическом регионе открытия торговой точки. Это производится для того, чтобы выбрать наиболее проходимое, выгодное место, где данный товар будет интересен и востребован. Во-вторых, принятие решения о номенклатуре товаров, которыми планируется торговать.

Далее проводится маркетинговое исследование в следующих направлениях:

- определение оптовых поставщиков товаров, полуфабрикатов или материалов;
- степени спроса по всем видам принятой номенклатуры товаров в том регионе, где планируется открытие точки;

- оценка групп населения, которые могут быть заинтересованы в данном виде товара, а так же уровень их платежеспособности, для оптимальной установки цен на товар;
- выбор наиболее выгодных условий аренды (в случае снятия помещения), либо покупка площади по наиболее выгодной цене;
- оценка конкурентоспособности торговой точки по сравнению с конкурентами, расположенными наиболее близко к предполагаемому месту открытия [27].

Далее предприятию нужно определиться с выбором метода продажи товаров.

В зависимости от ассортимента реализуемых товаров торговые точки делятся: на универсальные, специализированные и неспециализированные торговые точки.

С юридической стороны должны быть выполнены следующие пункты:

- 1) Выбрана организационно-правовая форма.
- 2) Подготовлены учредительные документы (для юридических лиц).
- 3) Регистрация и получение свидетельства в федеральной налоговой службе и органах статистики.
- 4) Получение лицензий (при необходимости) на розничную продажу лицензируемых товаров.
- 5) Приобретение или аренда торговых площадей.
- 6) Получение (при необходимости) санитарно-эпидемиологического заключения от Роспотребнадзора.
- 7) Направление уведомления на вновь открытый объект потребительского рынка и услуг.
- 8) Приобретение и регистрация кассовых аппаратов.
- 9) Открытие расчетного счета в банке [25].

Виды стратегий являются мощным орудием для развития любого предприятия. С помощью разнообразия стратегий легко подобрать наиболее выгодную стратегию для выхода поставленной ситуации. Одним словом, получать выгоду там, где ее до этого не получалось извлечь.

1.3 Проблемы развития предприятий в условиях экономического кризиса

Ситуация в США, крайне неблагоприятно отразилась на всем остальном деловом мире, в том числе и на России. Наиболее тяжелый удар пришелся на кредитование, так как стало невозможно получить дешевый иностранный кредит на межбанковском рынке. А так же по экономике страны ударило снижение объемов экспорта продукции.

Помимо внешних причин существуют и внутренние, такие как проблемы кредитования малого бизнеса. В первую очередь они появились из-за повышения процентных ставок.

Так, пресс-служба банка Сосьете Женераль Восток свидетельствует, что увеличение произошло в среднем на 5-8% [6].

Предприятие может определить кризис заранее, исходя из нескольких показателей:

- отсутствие бюджета развития;
- снижение прибыли предприятия;
- сокращение доли рынка;
- потеря предприятием ликвидности.

Разные предприятия по разному готовятся к предстоящему кризису. Часть предприятий имеют заранее лучшие возможности для адаптации и успешной работы в период кризиса, это относится к предприятиям на локальных (региональных) рынках, не имеющих зарубежных конкурентов.

Другие предприятия адаптируются за счет накопленного капитала в виде материальных активов, который является своеобразным стабилизационным фондом предприятия.

Третьи предприятия создают запас нематериальных активов в виде устойчивой клиентуры, фирменного знака, а так же высокого профессионализма сотрудников [11].

Все вышеперечисленные предприятия имеют лучшие возможности для адаптации в кризисных условиях.

В условиях экономического спада особое значение приобретает антикризисное управление предприятием, основанное на следующих принципах:

- выявление возникающих проблем;
- анализ происходящих проблем;
- расстановка приоритетов;
- формирование подходов к решению [14].

Антикризисное управление по своей природе является стратегическим и должно базироваться на основе использования сбалансированных и обоснованных стратегий.

К проблемам предприятия в ситуации экономического спада можно отнести:

- выживание в условиях кризиса;
- поиск новых партнеров;
- формирование более эффективного производства;
- увеличение заинтересованности персонала в улучшении труда;
- реализация целей и стратегий в полной мере.

Таким образом, способность организации к инновациям является прямым залогом успеха. Главная проблема для предприятий России - неудовлетворительный менеджмент, неспособный к внедрению инноваций в различные сферы деятельности. Если следовать практике зарубежных компаний, которые позволяют объединить разработку, планирование, реализацию и контроль, то возможно, что на российских предприятиях постепенно изменится система их функционирования, а также ускорится их развитие.

АНАЛИТИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ 2 АНАЛИЗ ФИНАНСОВО- ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

2.1 Характеристика предприятия

Предприятие ООО «ЛЕБЕТТИ» является экономическим субъектом, который занимается производством верхней одежды и его конечной целью является реализация продукции с прибылью.

У компании имеются дополнительные ОКВЭД:

- 18.30.32 - Производство изделий из искусственного меха,
- 52.42.4 - Розничная торговля одеждой из кожи,
- 52.42.3 - Розничная торговля изделиями из меха,
- 18.22.3 - Производство верхней одежды из тканей для женщин и девочек,
- 18.30.1 - Выделка и крашение меха,
- 70.20.2 - Сдача внаем собственного нежилого недвижимого имущества,
- 51.42.1 - Оптовая торговля одеждой, кроме нательного белья,
- 51.42.3 - Оптовая торговля изделиями из меха,
- 52.42.1 - Розничная торговля мужской, женской и детской одеждой,
- 18.22.2 - Производство верхней одежды из тканей для мужчин и мальчиков,
- 18.22.1 - Производство верхней трикотажной одежды,
- 18.10 - Производство одежды из кожи.

Товарным знаком предприятия является название «ЛЕБЕТТИ». В Государственном реестре товарных знаков и знаков обслуживания Российской Федерации зарегистрированы исключительные права на товарный знак «ЛЕБЕТТИ».

Современное оборудование и высокий профессионализм работников позволяет предприятию производить качественную и эксклюзивную продукцию. Пошив верхней одежды – это индивидуальный подход к каждому изделию, требующий знания тонкостей пошива. Для производства изделий ис-

пользуются как натуральные меха, так и искусственные, а так же различные виды тканей и трикотажа.

Цена продукции рассчитывается в зависимости от используемого материала, количества затраченного материала и труда рабочего. Предприятие развивается, постоянно внося новые модели или продукты в производство.

Адрес регистрации предприятия: Красноярский край, г.Минусинск, ул.Ленина, д.56.

Адрес предприятия: Республика Хакасия, г. Абакан, ул. Чкалова 23, строение В2; тел 8 (913) 523-41-20.

Основные документы

Общество действует на основании свидетельства о внесении в Единый государственный реестр (ОГРН) № 1121901004378, ИНН 1901109679, а так же на основании Устава общества с ограниченной ответственностью «ЛЕБЕТТИ».

Управление предприятием осуществляется на базе линейно-функциональной организационной структуры.

Структура и ее подразделения определяются учредителем самостоятельно. Все функции управления входят в обязанности управляющих подразделений. Рассмотрим организационную структуру предприятия (рисунок 2.1):

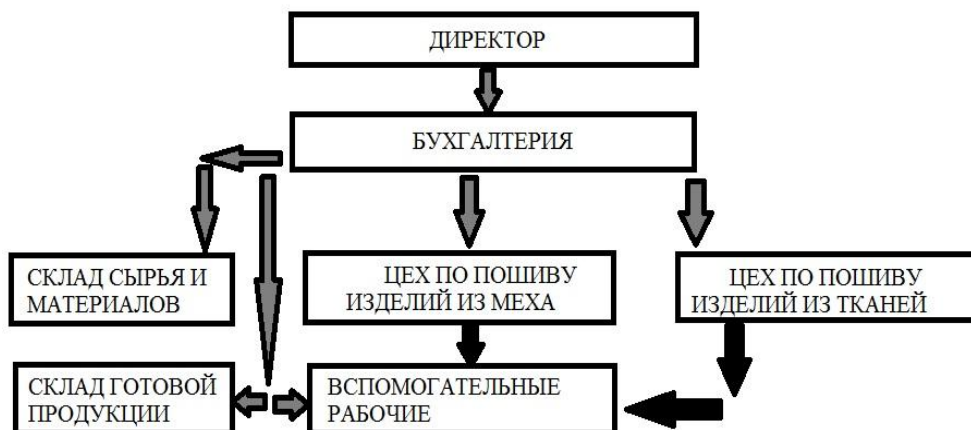


Рисунок 2.1 - Организационная структура предприятия

Организационная структура является линейно-функциональной. Все структурные подразделения подчиняются непосредственно директору предприятия, который распоряжается через бухгалтерию, а последняя уже доносит информацию до остальных подразделений. Директор, он же учредитель, действует только в интересах предприятия и документально подтверждает все свои решения и нововведения.

Директор предприятия во всех видах деятельности руководит процессом. Так же он разрабатывает стратегию развития предприятия, рационально распределяет рабочую силу, принимает только квалифицированных рабочих. В его обязанности входит осуществление контроля за производственной деятельностью структурных подразделений предприятия.

Бухгалтерия руководствует осуществлением бухгалтерского учета и отчетности на предприятии, осуществляет контроль за составлением расчетов по заработной плате, начислению налогов, а также обеспечивает перечисление налогов и сборов в бюджеты разных уровней. Так же она ведет учёт издержек производства, исполнения смет доходов, расходов, определение себестоимости продукции; начисление и выдачу заработной платы и других видов оплаты труда и материального стимулирования.

2.2 Анализ активов и пассивов

Основным источником информации для проведения комплексной оценки финансово – хозяйственной деятельности предприятия является бухгалтерская отчетность. Формы годовой бухгалтерской отчетности – «Бухгалтерский баланс», «Отчет о финансовых результатах» [приложения А, Б].

На основании этих данных мы:

- 1) Проанализируем состав и структуру имущества предприятия по составу, размещению и источникам финансирования.
- 2) Проанализируем состав и структуру внеоборотных и оборотных активов.

- 3) Составим анализ оборачиваемости оборотных активов.
- 4) Проанализируем состояние и эффективность использования оборотных активов.
- 5) Составим анализ монетарных и немонетарных оборотных активов.
- 6) Проанализируем дебиторскую и кредиторскую задолженности предприятия.
- 7) Исследуем источники финансирования имущества.
- 8) Составим анализ собственного и заемного капитала.
- 9) Анализ показателей эффективности использования собственного и заемного капитала.

Общий анализ структуры баланса и масштаб финансового состояния предприятия оценим по валюте баланса, представленной в таблице 2.1.

Таблица 2.1 – Общий анализ структуры баланса за 2015 г.

Активы	Сумма, тыс. руб.	%	Пассивы	Сумма, тыс. руб.	%
Внеоборотные	19,0	0,1	Собственные	12046,0	73,8
Оборотные	16295,0	99,9	Заемные	4268,0	26,2
Баланс	16314,0	100,0	Баланс	16314,0	100,0

Из данных таблицы 2.1 видно, что на 2015 год предприятие ООО «ЛЕБЕТТИ» относится к категории малого финансового размера. В структуре актива баланса внеоборотные активы значительно меньше оборотных активов, что является неудовлетворительной ситуацией, так как настолько малая доля внеоборотных активов определяет тенденцию к уменьшению оборачиваемости всей совокупности активов.

В структуре пассива видно, что собственный капитал занимает большую часть, это говорит о финансовой устойчивости, платежеспособности предприятия. В целом финансовое состояние предприятия удовлетворительное. Далее необходимо рассмотреть структуру имущества. Для этого мы составим таблицу 2.2.

Таблица 2.2 – Структура имущества

Актив	2014 г.		2015 г.	
	Сумма, тыс. руб.	%	Сумма, тыс. руб.	%
Внеоборотные активы	36,0	0,2	19,0	0,1
Оборотные активы	15592,0	99,8	16295,0	99,9
Итого активов	15628,0	100,0	16314,0	100,0

По данным таблицы 2.2 видно, что за анализируемый период внеоборотные активы уменьшились, оборотные активы увеличились на 0,1 %. Это значит, что предприятие в счет запасов увеличило сумму оборотных активов. В таблице 2.3 рассмотрим структуру и динамику внеоборотных активов.

Таблица 2.3 – Структура и динамика внеоборотных активов

Показатели	2014 г.		2015 г.		Отклонения	
	Сумма, тыс. руб.	% к итогу	Сумма, тыс. руб.	% к итогу	Сумма, тыс. руб.	% к итогу
Всего внеоборотных активов:	36,0	100,0	19,0	100,0	-7,0	19,4
Основные средства	36,0	100,0	19,0	100,0	-7,0	19,4
Незавершенное строительство	-	-	-	-	-	-
Доходные вложения в материальные ценности	-	-	-	-	-	-
Долгосрочные финансовые вложения	-	-	-	-	-	-

Из таблицы 2.3 видно, что внеоборотные активы уменьшились за отчетный период на 19,4% (7 тыс. руб.). На предприятии внеоборотные активы составляют 100 % от внеоборотных, так как состоят только из основных средств. Рассмотрим структуру и динамику оборотных активов в таблице 2.4.

Таблица 2.4 – Структура и динамика оборотных активов

Показатели	2014 г.		2015 г.		Отклонения	
	Сумма, тыс. руб.	%	Сумма, тыс. руб.	%	Сумма, тыс. руб.	%
Оборотные активы:	15592,0	100,0	16295,0	100,0	703,0	4,5
1.Запасы, в т.ч.:	3872,0	23,7	3358,0	20,6	-514,0	13,3
2.НДС	-	-	-	-	-	-
3.Дебиторская задол- женность	-	-	-	-	-	-
4.Денежные средства	14,0	4,5	1,0	0,01	-13,0	92,9
5.Краткосрочные финансовые вложения	-	-	-	-	-	-
6.Прочие	11706,0	71,8	12936,0	79,4	-1230,0	10,5

Исходя из данных таблицы 2.4 можно сделать вывод, что с периода 2014 года по 2015 год оборотные активы увеличились на 4,5 %. Запасы же уменьшились на 514,0 тыс. руб. из этого следует, что выпуск продукции стал меньше. Дебиторская задолженность отсутствует, можно сделать вывод, что предприятие получает оплату своевременно и не предоставляет кредитов и рассрочек. Рассмотрим оборачиваемость оборотных средств в таблице 2.5.

Таблица 2.5 – Анализ оборачиваемости оборотных средств

Показатели	2014 г.	2015 г.
Выручка от продажи продукции, т. р.	19820,0	20100,0
Краткосрочные текущие активы, т. р.	14,0	1,0
Оборачиваемость оборотных средств (1/2)	1,27	1,23
Продолжительность оборота (дн.)	284	293

По данным таблицы 2.5 видно, что выручка за текущий период выросла на 1,4%. Краткосрочные текущие активы уменьшились на 92,9%. Коэффициент оборачиваемости основных средств уменьшился на 0,04 тыс. руб., значит эффективность использования оборотных средств уменьшилась. В таблице 2.6 рассмотрим состояние и использование оборотных средств.

Таблица 2.6 – Состояние и использование оборотных средств

Показатели	2014 г.	2015 г.	Отклонения
1.Средняя величина оборотных средств, тыс. руб.	15592,0	16295,0	703,0
в том числе:			
-материальных оборотных средств	3872,0	3358,0	-514,0
- средств в расчетах	-	-	-
-денежных средств и краткосрочных финансовых вложений	11720,0	12937,0	1217,0
2.Коэффициент оборачиваемости оборотных средств, %	1,27	1,23	-0,04
3.Длительность оборота, дни	284	293	9
4.Коэффициент закрепления, %	0,8	0,8	-
5.Доля оборотных средств в валюте баланса, %	99,9	99,8	-0,1

По данным таблицы 2.6 видно, что в отчетный период средняя величина оборотных средств увеличилась на 703,0 тыс. руб. Увеличение произошло за счет денежных средств и краткосрочных финансовых вложений. Длительность одного оборота увеличилась на 9дн., т.е. движение капитала предприятия снизилось. Доля оборотных средств в валюте баланса уменьшилась на 0,1%. Из этого можно сделать вывод о незначительных накладных расходах. Далее рассмотрим структуру обязательств предприятия в таблице 2.7.

Таблица 2.7 – Структура обязательств предприятия

№	Показатели	2014 г.		2015 г.		Отклонения
		Сумма, тыс. руб.	%	Сумма, тыс. руб.	%	Сумма, тыс. руб.
1	Всего источников:	15628,0	100,0	16314,0	100,0	686,0
1.1	собственных	12616,0	80,7	12046,0	73,2	-570,0
1.2	заемных	3012,0	19,3	4268,0	26,2	1256,0

Из таблицы 2.7 видно, что собственный капитал занимает 80,7% 2014 году, а в 2015 году 73,2% из всей валюты баланса. Заемный капитал состав-

ляет 19,3% и 26,2% соответственно. Краткосрочные обязательства увеличились на 6,9%, и составляют 100% от всех заемных средств. В таблице 2.8 рассмотрим структуру заемного капитала предприятия.

Таблица 2.8 – Структура заемного капитала предприятия

Показатели	2014 г.		2015 г.		Отклонения	
	Сумма, тыс. руб.	%	Сумма, тыс. руб.	%	Сумма, тыс. руб.	%
1. Всего заемн. капитала:	3012,0	19,3	4268,0	26,2	1256,0	41,7
1.1 Кредиты и займы	-	-	115,0	2,7	-	-
1.2 Кредиторская задолженность, в т.ч.	3012,0	19,3	4153,0	26,2	1143,0	37,9
- поставщики	1506,0	50,0	3856,0	92,8	2350,0	156,0
- работники предприятия	1506,0	50,0	297,0	7,2	-1209,0	80,3

По данным таблицы 2.8 видно, что произошло увеличение заемного капитала на 1256,0 тыс. руб. Это произошло из-за увеличения кредиторской задолженности.

2.3 Анализ финансового состояния

Далее идет экспресс-анализ финансового состояния предприятия общества с ограниченной ответственностью «ЛЕБЕТТИ». «Прочтем» баланс и выявим «больные» статьи.

Рассчитаем и проанализируем основные показатели:

- ликвидность,
- финансовую устойчивость,
- платежеспособность.

Охарактеризуем тип финансовой устойчивости. Оценим кредитоспособность предприятия и отнесем к определенному классу анализируемое предприятие по его состоятельности.

Составим агрегированный аналитический баланс в таблицах 2.9.1, 2.9.2.

Таблица 2.9.1 – Агрегированный аналитический баланс (актив), тыс. руб.

Статьи	Обозначения	2014 г.	2015 г.
Актив			
1.Денежные ср-ва и краткосрочн. финансовые вложения	ДС	14,0	1,0
2.Дебиторская задолженность и прочие оборотные актива	ДЗ	-	-
3.Запасы и затраты	ЗЗ	3872,0	3358,0
Всего текущих активов (оборотных средств)	ОА	15592,0	16295,0
4.Имобилизованные средства (внеоборотные активы)	ВА	36,0	19,0
Итого активов (имущество)	СВА	15628,0	16314,0

Таблица 2.9.2 - Агрегированный аналитический баланс (пассив), тыс. руб.

Статьи	Обозначения	2014 г.	2015 г.
Пассив			
1.Кредиторская задолженность и прочие краткосрочные пассивы	КЗ	3012,0	4153,0
2.Краткосрочные кредиты и займы	КК	-	115,0
Всего краткосрочный капитал (краткосрочные обязательства)	КО	3012,0	4268,0
3.Долгосрочный заемный капитал (долгосрочные обязательства)	ДО	-	-
4.Собственный капитал	СК	12616,0	12046,0
Итого пассивов (капитал)	СВК	15628,0	16314,0

По данным таблиц 2.9.1, 2.9.2 видно, что за текущий период активы на данном предприятии увеличились. Затраты и запасы уменьшились на 514,0 тыс. руб. Также увеличились текущие активы на 703,0 тыс. руб. Проведя ана-

лиз мы видим, что наибольший удельный вес активов составляют оборотные средства, что способствует увеличению оборачиваемости средств предприятия. Пассивы увеличились за счет кредиторской задолженности, краткосрочных кредитов и займов, а так же за счет краткосрочных обязательств, что не положительно характеризует динамику изменения имущественного положения организации. Поскольку имущество предприятия не увеличилось, а задолженность выросла, то можно говорить о понижении платежеспособности. В таблице 2.10 рассмотрим группировку статей баланса.

Таблица 2.10 – Группировка статей баланса, тыс. руб.

Актив	2014 г.	2015 г.	Пассив	2014 г.	2015 г.
Наиболее ликвидные активы, Анл	14,0	1,0	Наиболее срочные обязательства, Пнс	3012,0	4153,0
Быстро реализуемые активы, Абр	11706,0	12936,0	Краткосрочные обязательства, Пкс	0,0	115,0
Медленно реализуемые активы, Амр	3872,0	3358,0	Долгосрочные обязательства, Пдс	0,0	0,0
Трудно реализуемые активы, Атр	36,0	19,0	Постоянные пассивы, Ппост	12616,0	12046,0

По данным таблицы 2.10 видно, что в активах предприятия преобладают быстро реализуемые активы. Однако в группировке пассивов преобладает собственный капитал. Исходя из данных видно, что $Анл < Пнс$ за 2014 год и за 2015 год. Это значит, что на начало года кредиторская задолженность была больше денежных средств предприятия, а на конец года стала еще больше, так как сумма денежных средств уменьшилась на 92,9%. $Абр > Пкс$, $Амр > Пдс$, $Атр < Ппост$. Проанализировав таблицу, можно сделать вывод, что краткосрочные и долгосрочные пассивы отсутствуют в 2014 году, а в 2015

краткосрочные составили 115,0 тыс. руб., долгосрочные не изменились. Ликвидность предприятия на конец года не является абсолютной. Рассмотрим расчет коэффициентов ликвидности в таблице 2.11.

Таблица 2.11 – Расчет коэффициентов ликвидности

Наименование коэф- фициента	2014 г.	2015 г.	Нормативное значение
Коэфф-т абсолютной ликвидности	0,004	0,001	$\geq 0,2$
Коэфф-т критической ликвидности	3,9	3,0	$\geq 0,7$
Коэфф-т текущей ли- квидности	5,2	3,8	$\geq 1,2$

По данным таблицы 2.11 видно, что коэффициентов абсолютной ликвидности оказался меньше допустимого. Это значит, что предприятие не обеспечено средствами для своевременного погашения наиболее срочных обязательств. Коэффициент критической ликвидности оказался выше допустимого, что говорит о излишке у организации ликвидных активов. Коэффициент текущей ликвидности так же выше нормативного значения и это значит, что предприятие в полной мере обеспечено собственными средствами для ведения хозяйственной деятельности и своевременного погашения срочных обязательств. Далее рассмотрим финансовые результаты в таблице 2.12.

Таблица 2.12 – Финансовые результаты

Показатели	2014 г.	2015 г.	Отклонения	
			Сумма, тыс. руб.	%
Выручка от продаж	19820,0	20100,0	280,0	1,4
Полная себестоимость	(11300,0)	(12150,0)	850,0	7,5
Прибыль (убыток) от продаж	8520,0	7950,0	-570,0	6,7
Прибыль (убыток) до налогообложения	9103,0	8670,0	-433,0	4,8

Налоги	(1820,6)	(1734,0)	-86,6	4,8
Чистая прибыль	7282,4	6936,0	-346,4,0	4,8

Из данных таблицы 2.12 можно сделать вывод, что с 2014 года по 2015 год выручка от продаж выросла на 280,0 тыс. руб., так же полная себестоимость увеличилась на 850,0 тыс. руб. Чистая прибыль данного предприятия уменьшилась на 346,4 тыс. руб.(4,8%). Анализ финансовых результатов можно считать удовлетворительным. Рассмотрим деловую активность на предприятии (таблица 2.13).

Таблица 2.13 – Показатели деловой активности на предприятии

№	Показатели	2014 г.	2015 г.	Отклонения, %
1	К-т деловой активности	1,27	1,23	3,1
2	Фондоотдача основных средств	-	-	-
3	К-т оборачив. оборотных активов	1,27	1,23	3,1
4	К-т оборач. собственных средств	1,57	1,67	6,4
5	К-т оборачив. заемных средств	6,58	4,71	28,4

По данным таблицы 2.13 видно следующее: коэффициент деловой активности снизился на 0,04%, то есть скорость оборотных средств в денежные средства снизилась. На предприятии отсутствует Ф. № 5 «Приложение к бухгалтерскому балансу», значит расчет фондоотдачи невозможен. Коэффициент оборачиваемости оборотных активов так же снизился на 0,04%. Коэффициент оборачиваемости заемных средств означает обороты для оплаты всей задолженности организации и он так же понизился на 1,87%. Далее рассмотрим показатели рентабельности предприятия в таблице 2.14.

Таблица 2.14 – Показатели рентабельности, %

Показатель	2014 г.	2015 г.	Отклонения
1	2	3	4
Рентабел-ть продаж	43,0	39,6	-3,4
Рентабельность основной деят-ти	65,4	75,4	10,0

Окончание таблицы 2.14

1	2	3	4
Рентабельность активов	53,1	58,2	5,1
Рентабельность собственного капитала	57,6	57,7	0,1

По данным табл.2.14 видно, что все показатели рентабельности увеличились. Из этого следует, что:

- рыночная эффективность деятельности предприятия увеличилась;
- доля прибыли в затратах так же стала выше;
- прибыль, которую получит организация, на единицу стоимости собственного капитала, стала больше.

Рентабельность активов увеличилась на 5,1 %, это характеризует предприятие как прибыльное.

2.4 Управленческий анализ

Проанализируем производство и продажи на предприятии общества с ограниченной ответственностью «ЛЕБЕТТИ». В этой части мы выполним следующее:

- 1) Исследуем обеспеченность предприятия трудовыми ресурсами.
- 2) Рассмотрим социальную защищенность членов трудового коллектива, а также использование рабочего времени, производительность труда, рентабельность персонала, трудоемкость продукции и эффективность использования фонда заработной платы.
- 3) Рассмотрим внешние и внутренние факторы, влияющие на себестоимость продукции.
- 4) Рассчитаем и оценим показатели себестоимости продукции.
- 5) Проанализируем себестоимость по элементам затрат.
- 6) Проведем анализ себестоимости по статьям калькуляции.

7) Проанализируем затраты на сырье и материалы, на оплату труда, косвенные затраты, коммерческие расходы.

Проанализируем объем производства продукции на предприятии общества с ограниченной ответственностью «ЛЕБЕТТИ» в таблице 2.15.

Таблица 2.15 – Объем производства продукции, шт.

Объем продукции					
Периоды	Шубы	Шапки	Жилетки	Пальто	Всего
2014 г.	326,0	198,0	300,0	310,0	1134,0
2015 г.	350,0	245,0	320,0	350,0	1265,0

По данным таблицы 2.15 видно, что объем производства с 2014 года по 2015 год увеличился на все виды продукции на 5%. Рассмотрим динамику основных экономических показателей в таблице 2.16.

Таблица 2.16 – Динамика основных экономических показателей

Показатели	2014 г., тыс. руб.	2015 г., тыс. руб.	Отклонения	
			+, - тыс. руб.	%
Товарная продукция	1134,0	1265,0	131,0	11,6
Затраты на производство продукции	2500,0	4330,0	1830,0	73,2
Выручка от продажи продукции	19820,0	20100,0	280,0	1,4
Себестоимость проданной продукции	11300,0	12150,0	850,0	7,5
Прибыль до налогообложения	9103,0	8670,0	-433,0	4,8
Чистая прибыль	7282,4	6936,0	-346,4	4,8
Стоимость имущества	36,0	19,0	-17,0	47,2

Таблица 2.16 показывает, что за анализируемый период:

- затраты на производство продукции увеличились на 1830,0 тыс. руб.;
- себестоимость проданной продукции увеличилась на 850,0 тыс. руб.;
- выручка продукции увеличилась на 280,0 тыс.руб.

В результате этого увеличилась товарная продукция на 11,6%.

Уменьшились: чистая прибыль (4,8%),прибыль до н/о (4,8%) и стоимость имущества (47,2%). Это говорит о неэффективной работе предприятия. В целом динамика основных экономических показателей удовлетворительная. В таблице 2.17 рассмотрим количество работающих на предприятии.

Таблица 2.17 – Количество работающих на предприятии, человек

Наименование	Количество	
	2014 год	2015 год
Руководители	1	1
Основные рабочие	31	23
Итого	32	24

По данным таблицы 2.17 видно, что произошло уменьшение основных рабочих, а руководитель на предприятии один. Далее рассмотрим движение рабочей силы в таблице 2.18.

Таблица 2.18 – Движение рабочей силы

Показатели	2014 г.	2015 г.	Отклонение	
			Абс.	Отн.
1.Среднесписочная численность работников, чел	32	24	8	0,75
2.Принято работников, чел.	2	-	-	-
3.Выбыло работников, чел	1	8	-7	-8
в том числе:				
по собственному желанию и за нарушение трудовой дисциплины	1	6	-5	-6
4.Коэффициент оборота по приему	-	0,06	-	-
5.Коэффициент оборота по выбытию	0,33	0,03	-0,3	-11
6.Коэффициент текучести кадров	3,1	25	-21,9	-8

По данным таблицы 2.18 видно, что среднесписочная численность работников за текущий период уменьшилась на 8 чел., за счет того, что в 2014 году на данном предприятии было принято 2 человека и 8 уволено. Коэффициент оборота по выбытию снизились на 0,3. Снижился коэффициент текучести кадров на 21,9. Далее рассмотрим состояние персонала в таблице 2.19.

Таблица 2.19 - Состояние персонала

Показатели	2014 год	2015 год	Отклонение	
			Абс.	Отн.
1.Списочная численность работников, чел.	32	24	8	75,0
2.ИТР, чел., всего	1	1	0	0,0
в том числе:				
- руководители	1	1	0	0,0
- специалисты	-	-	-	-
- служащие	-	-	-	-
3.Рабочие чел., всего	31	23	8	74,2
в том числе:				
-основные производственные	31	23	8	74,2
- вспомогательные	-	-	-	-
4.МОП, чел.	-	-	-	-
5.Фонд заработной платы, тыс. руб.	5760,0	4320,0	1440,0	75,0
6.Средняя заработная плата, тыс. руб.	15,0	15,0	0,0	0,0
7.Выработка на одного работника тыс.руб.	0,9	1,0	0,1	90,0

По данным табл. 2.19 видно, что с 2014 года по 2015 год на предприятии среднесписочная численность рабочих уменьшилась на 8 человек. Численность управления предприятия остается неизменным. Общее количество рабочих уменьшилось на 25%, за счет основных рабочих. В связи с этим фонд заработной платы уменьшился на 1440,0 тыс. руб.

Рассмотрим подробнее динамику фонда оплаты труда работников (таблица 2.20).

Таблица 2.20 – Динамика фонда оплаты труда работников

Вид оплаты	2014 г.	2015 г.	Отклонения	
			Сумма, тыс. руб.	%
Основная заработная плата	3610,0	2530,0	1080,0	30,0
Премии	-	-	-	-
Отпускные	1720,0	1250,0	470,0	27,3
Компенсации	-	-	-	-
Больничный за счет работодателя	410,0	540,0	-130,0	31,7
Итого	5760,0	4320,0	1440,0	25,0

По данным таблицы 2.20 видно, что в фонд заработной платы работников предприятия вырос на 25%, изменения произошли в большой степени за счет уменьшения количества рабочего персонала предприятия. Рассмотрим структуру и динамику себестоимости продукции в таблице 2.21.

Таблица 2.21 – Структура и динамика себестоимости продукции

Показатели	2014 г.		2015 г.		Отклонения	
	Тыс. руб.	%	Тыс. руб.	%	Абс.	Отн.
Материальные затраты	2500,0	22,1	4330,0	35,6	-1830,0	173,2
Затраты на оплату труда	5760,0	50,9	4320,0	35,6	1440,0	75,0
ЕСН	1728,0	15,3	1296,0	10,7	432,0	75,0
Амортизация	912,0	8,2	1034,0	8,5	-122,0	113,4
Прочее	400,0	3,5	1170,0	9,6	-770,0	292,5
Всего	11300,0	100,0	12150,0	100,0	-850,0	107,5

Исходя из данных таблицы 2.21 можно сделать вывод, что общая себестоимость увеличилась на 7,5% за счет увеличения роста продукции, что говорит о перспективности предприятия. За счет уменьшения затрат на оплату труда и ЕСН мы незначительно сократили затраты на производство продукции, так как ЗОТ снизилось на 25%, так же как и ЕСН (25%).

2.5 Заключительная оценка деятельности предприятия

Проведем заключительную оценку деятельности предприятия общества с ограниченной ответственностью «ЛЕБЕТТИ» за период 2014-2015 гг. Рассмотрим показатели финансовой устойчивости в таблице 2.22.

Таблица 2.22 – Показатели финансовой устойчивости, %

Показатели	Рекомендуемые значения	2014 г.	2015 г.	Отклонения
К-т автономии	$\geq 0,5$	0,8	0,7	-0,1
К-т соотношения ЗК и СК	≤ 1	0,2	0,4	0,2
К-т соотношения мобильных и иммобилизованных ср-в	-	-	-	-
К-т маневренности	$\geq 0,5$	1,2	1,4	0,2
К-т обеспеченности запасов собственными источниками	$\geq 0,6-0,8$	3,3	3,6	0,3

Данные таблицы 2.22 показывают, что коэффициент соотношения заемного капитала и собственных средств ниже нормы, но не превышает ее (0,8 – 2014 г; 0,7 – 2015 г). Это значит, что на предприятии заемные средства превышают собственные. Коэффициент автономии находится в пределах рекомендуемого значения (0,2; 0,4 соответственно), что предполагает обеспеченность заемных средств собственными, то есть, реализовав имущество, сформированное из собственных источников, предприятие сможет в будущем погасить обязательства. Коэффициент маневренности в 2014 г. превышает рекомендуемое значение на 0,7, а в 2015 г. на 0,9. Это не позволит обеспечить достаточную гибкость в использовании собственного капитала. Коэффициент обеспеченности запасов собственными источниками так же выше нормированного значения (3,3; 3,6 соответственно), это показывает, что предприятие в меньшем объеме формирует свои запасы и другие затраты с помощью за-

емного капитала. Проанализируем динамику показателей деловой активности и эффективности деятельности предприятия в таблице 2.23.

Таблица 2.23 – Динамика показателей деловой активности и эффективности деятельности

Показатели	2014 г.	2015 г.	Отклонение
1	2	3	4
1.Коэффициент общей оборачиваемости капитала (ресурсоотдача)	1,3	1,2	-0,1
2.Коэффициент отдачи собственного капитала	1,6	1,7	0,1
3.Период оборачиваемости материальных запасов, дн.	0,01	0,01	0,0
4.Срок погашения дебиторской задолженности, дн.	-	-	-
5.Срок погашения кредиторской задолженности, дн.	75,7	100,2	-24,5
6.Период погашения задолженности поставщикам, дн.	-	-	-
7.Период хранения производственных запасов, дн.	-	-	-
8.Длительность процесса производства, дн.	-	-	-
9.Длительность хранения готовой продукции на складе, дн.	-	-	-
10.Рентабельность производства(фондов), %	65,4	75,4	-9,0
11. Рентабельность активов, %	53,1	58,2	-5,1
12.Рентабельность продаж, %	39,6	43,0	-3,4

По данным таблицы 2.23 видно, что с 2014 года по 2015 год коэффициент общей оборачиваемости капитала уменьшался на 0,1 оборот, это значит, что снижение данного показателя является не очень благоприятной тенденцией. Так же снизился срок погашения кредиторской задолженности на 24,5 дней. Рентабельность производства уменьшилась на 9,0, что говорит об уменьшении прибыльности предприятия. Рентабельность активов так же уменьшилась на 5,1. Это значит, что предприятие с каждого рубля затрат на производство продукции имеет убыток 5,1 коп. И рентабельность продаж уменьшилась на 3,4. Следовательно, выручка уменьшилась, а затраты воз-

росли. В целом динамика показателей деловой активности и эффективности деятельности предприятия отрицательная. Баланс предприятия на 2014 г. составил 15628 тыс. руб., а на 2015 г. -16314 тыс. руб.

Дебиторская задолженность (ДЗ) на предприятии отсутствует, а кредиторская задолженность (КЗ) составляет в 2014 г. 3012 тыс. руб., а в 2015 г. 4153 тыс. руб. Это говорит о том, что предприятию нужно искать средства на погашение задолженности. По состоянию активов предприятия можно сделать вывод, что оно убыточное, так как КЗ превышает ДЗ.

В наибольшей степени динамику имущества обусловили оборотные активы, их доля в отчетный период увеличилась на 0,1%, тогда как внеоборотные активы уменьшились на 0,1%.

Собственный капитал занимает 73,8% и превышает заемный капитал, который состоит из 26,2%, что говорит о финансовой устойчивости и платежеспособности предприятия.

Прибыль за текущий период выросла на 280 тыс. руб. Однако коэффициент оборачиваемости оборотных активов снизились на 0,04 тыс. руб. из этого следует, что эффективность использования основных средств почти не изменилась.

Запасы увеличились на 514 тыс. руб. Общество с ограниченной ответственностью «ЛЕБЕТТИ» за отчетный год имеет пассивное сальдо задолженности (дебиторская задолженность меньше кредиторской).

Согласно предварительному обзору видно, что в активах предприятия преобладают быстро реализуемые активы. Исходя из данных видно, что $Анл < Пнс$ за 2014 год и за 2015 год. Это значит, что на начало года кредиторская задолженность была больше денежных средств предприятия, а на конец года стала еще больше, так как сумма денежных средств уменьшилась на 92,9%. $Абр > Пкс$, $Амр > Пдс$, $Атр < Ппост$. Проанализировав данные, можно сделать вывод, что краткосрочные и долгосрочные пассивы отсутствуют в 2014 году, а в 2015 краткосрочные составили 115,0 тыс. руб., долгосрочные не изменились. Ликвидность предприятия на конец года не является абсолютной.

Коэффициент деловой активности снизился на 0,04%, то есть скорость оборотных средств в денежные средства снизилась. Коэффициент оборачиваемости оборотных активов так же снизился на 0,04%. Это значит, что обороты для оплаты выставленных счетов предприятию уменьшились. Коэффициент оборачиваемости заемных средств означает обороты для оплаты всей задолженности организации и он так же понизился на 1,87%, это значит, что обороты для оплаты всей задолженности организации уменьшились.

С 2014 года по 2015 год коэффициент общей оборачиваемости капитала уменьшался на 0,1 оборот, это значит, что снижение данного показателя является не очень благоприятной тенденцией. Рентабельность производства уменьшилась на 9,0, что говорит об уменьшении прибыльности предприятия. Рентабельность активов так же уменьшилась на 5,1. Это значит, что предприятие с каждого рубля затрат на производство продукции имеет убыток 5,1 коп. И рентабельность продаж уменьшилась на 3,4. Следовательно, выручка уменьшилась, а затраты возросли.

Коэффициент соотношения заемного капитала и собственных средств ниже нормы, но не превышает ее (0,8 – 2014 г; 0,7 – 2015 г). Это значит, что на предприятии заемные средства превышают собственные. Коэффициент автономии находится в пределах рекомендуемого значения (0,2; 0,4 соответственно). Коэффициент маневренности в 2014 г. превышает рекомендуемое значение на 0,7, а в 2015 г. на 0,9. Это не позволит обеспечить достаточную гибкость в использовании собственного капитала. Коэффициент обеспеченности запасов собственными источниками так же выше нормированного значения (3,3; 3,6 соответственно), это показывает, что предприятие в меньшем объеме формирует свои запасы и другие затраты с помощью заемного капитала. В целом динамика показателей деловой активности и эффективности деятельности предприятия удовлетворительная. Проведя комплексную оценку состояния предприятия общества с ограниченной ответственностью «ЛЕБЕТТИ» можно сделать вывод, что предприятие относится к малому, с нестабильной финансовой деятельностью.

ПРОЕКТНАЯ ЧАСТЬ 3 РАСШИРЕНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ ПУТЕМ ОТКРЫТИЯ ТОРГОВОЙ ТОЧКИ НА ПРИМЕРЕ ООО «ЛЕБЕТТИ»

3.1 Условия и предпосылки разработки мероприятия

Проведя во второй части дипломной работы комплексную оценку состояния общества с ограниченной ответственностью «ЛЕБЕТТИ» можно сделать вывод, что предприятие относится к малому, с нестабильной финансовой деятельностью. Собственный капитал занимает 73,8% и превышает заемный капитал, который состоит из 26,2%, что говорит о финансовой устойчивости и платежеспособности предприятия, но так как на предприятии отсутствует дебиторская задолженность. Это значит, что предприятию нужно искать средства для оплаты кредиторской задолженности.

В целом динамика показателей деловой активности и эффективности деятельности предприятия удовлетворительная. Продукция предприятия пользуется большим покупательским спросом, но реализация стоит на месте, так как новым покупателям не откуда узнать о продукции. Для увеличения рентабельности предприятия возможно открытие новой точки сбыта, такой как фирменный магазин.

Проект разработан для открытия магазина-филиала от предприятия общества с ограниченной ответственностью «ЛЕБЕТТИ».

Данное мероприятие разработано для завоевания доли рынка, которая необходима для увеличения рентабельности предприятия. Открытие магазина планируется в районе Преображенского парка, г. Абакана. Причиной этому служит то, что основные конкуренты не имеют своих магазинов в данном районе.

В число наших основных конкурентов входят такие магазины, как:

- сеть магазинов «ТАМАРА» г. Абакан;
- магазин «STYLE» г. Абакан;
- «Сибирская зима» г. Абакан.

В порядке значимости выделим определяющие факторы конкурентоспособности и рассчитать ее количественные параметры (таблица 3.1).

Таблица 3.1 – Факторы конкурентоспособности

Факторы	Магазин «ЛЕБЕТТИ»	Конкуренты		
		«ТАМАРА»	«STYLE»	«Сибирская зима»
Качество	Всегда качественная одежда от производителя	Не всегда качественная одежда	Не всегда качественная одежда	В основном качественная одежда
Уровень цены	Ниже среднего	Выше среднего	Высокая	Выше среднего на 51%
Местонахождение	Расположение в центре города	Расположение в центре города	Расположение в центре города	Расположение в центре города
Репутация фирмы	Новый магазин, товар-новинка	Ненадежная репутация. Постоянные клиенты	Ненадежная репутация. Постоянные клиенты	Надежная репутация. Постоянные клиенты
Ассортимент	Более 100 видов товара	Различные поставщики	Различные поставщики	Различные поставщики

В интернете был проведен соц. опрос, по результатам которого можно сделать вывод о том, что конкуренты в городе Абакан, существуют, но не представляют особой опасности для открывающегося магазина, так как конкуренты уступают нам по качеству, доступности товара и цене. По месту расположения у нас равные условия. Еще наше преимущество заключается в огромном ассортименте.

В результате открытия магазина планируется:

- завоевать лидирующие позиции среди продавцов верхней одежды в г. Абакане;
- привлечь покупателей не только в районе Преображенского парка, но и в других районах города;
- расширить клиентскую базу;

- получить большую прибыль.

В реализации данного проекта заинтересованы следующие лица:

1) Директор предприятия (а так же магазина) заинтересован в увеличении прибыли.

2) Покупатели заинтересованы в получение более качественного и дешевого товара, получение качественного обслуживания, удобного расположения магазина.

3) Арендодатели заинтересованы в получение прибыли от сдачи в аренду помещения.

Маркетинг.

Репутация магазина, а так же его имидж будут создаваться со временем благодаря первым клиентам, так как после посещения нашего магазина у них останутся только приятные впечатления, таким образом, они смогут привлечь своих знакомых посетить нас.

Приемы рекламы, применяемые мультинациональными корпорациями с их громкими и кричащими фразами и изощренной агрессивностью магазину «ЛЕБЕТТИ» не подойдут, так как наш контингент люди среднего возраста. Так что выбор магазина – неброская, но запоминающаяся реклама, уверенного в себе продавца-производителя (реклама в СМИ, листовки). Так же можно расположить баннер на шоссе, чтобы люди, проезжающие мимо, всегда знали, где они могут приобрести всегда модные и качественные изделия из меха.

Открытие магазина – хорошая стратегия для данного предприятия, станет для него хорошим способом увеличить рынок сбыта, расширить клиентскую базу, а так же получать большую прибыль за счет увеличения продаж.

3.2 Финансовый план мероприятия

Рассчитаем капитальные вложения. В таблице 3.2 рассмотрим перечень торгового оборудования для магазина.

Таблица 3.2 – Перечень торгового оборудования

Наименование	Шт.	Сумма, тыс. руб.
Манекены	2	9,0
Вешало напольное	5	12,1
Зеркала	3	6,0
Кронштейны для шляп	10	9,5
Мебель	3	4,5
Ремонт	-	500,0
Автономный кассовый аппарат	1	9,5
Итого	23	550,6

Так же планируется покупка автомобиля «Газель», для доставок товара со склада в магазин, стоимостью 300,0 тысяч рублей.

Итого единовременные затраты составят 850,6 тысяч рублей.

Дополнительно мы произведем найм работников и сразу рассчитаем заработную плату (таблица 3.3). Заработная плата установленная, без процентных надбавок. Отчисления на социальные нужды равны 30%.

Таблица 3.3 – Фонд оплаты труда, тыс. руб.

Наименование	Количество	Месяц	Отчисления на соц. нужды	Год	Отчисления на соц. нужды
		Сумма	Сумма	Сумма	Сумма
Продавец-консультант	3	25,98	7,794	311,76	93,5
Грузчик	1	5,0	1,5	60,0	18,0
Водитель	1	5,0	1,5	60,0	18,0
Итого	5	35,98	10,794	431,76	129,5

Постоянные затраты — элемент модели точки безубыточности, представляющий собой затраты, которые не зависят от величины объёма выпуска,

противопоставляемые переменным затратам, с которыми в сумме составляют общие затраты [18].

Постоянные затраты приведены в таблице 3.4.

Таблица 3.4 – Постоянные затраты, тыс. руб.

Наименование	Месяц	Год
	Сумма	Сумма
Заработная плата и ОСН	46,774	561,26
Аренда помещения	40,0	480,0
Амортизация оборудования	5,0	60,0
Реклама	4,696	56,352
Итого	91,92	1103,04

Для расчета амортизации, стоимость основных фондов делим на количество лет. $300,0/5=60,0$ тыс. руб. Амортизация основных фондов осуществляется линейным методом, срок полезного использования 5 лет. Реклама будет осуществляться в виде листовок, баннеров на трассе М54 и бегущей строки на телеканале СТС.

Всего постоянных затрат вышло 91,92 тыс. руб. в месяц и 1103,04 тыс. руб. в год.

Переменные затраты — затраты, величина которых зависит от объема выпуска продукции [18].

Переменные затраты определены в таблице 3.5.

Таблица 3.5 – Переменные затраты, тыс. руб.

Наименование	Сумма
Рабочая одежда персонала	4,0
Хозяйственный инвентарь	5,0
Покупка товаров	720,0
ГСМ	2,0
Итого	731,0

Предполагается закупка товара в первый месяц на 731,0 тыс. руб.

Далее закупка товара будет производиться по мере увеличения или уменьшения спроса на тот или иной вид товара.

Доставка производится 4 раза в месяц, из этого произведены расчеты на затраты на топливо.

Итого переменных затрат 731,0 тыс. руб.

Всего на открытие магазина нам потребуется 1673, 52 тыс. руб.

Таким образом, потребуется привлечение денежных средств. Источником финансирования послужит нераспределенная прибыль предприятия за 2015г.

Для того чтобы рассчитать срок окупаемости проекта рассмотрим еще несколько таблиц. Стоимость основных фондов представлена в таблице 3.6.

Таблица 3.6 – Стоимость основных фондов на конец периода

Год Показатель	0-й	1-й	2-й	3-й	4-й	5-й
Стоимость основных фондов, т. р.	300,0	240,0	180,0	120,0	60,0	0,0
Налог на имущество (3%)	0,0	9,0	7,2	5,4	3,6	1,8

Основные фонды включают оборудование. В оборудование входит автомобиль «Газель». Амортизация основных фондов осуществляется линейным методом, срок полезного использования 5 лет. Определим планируемый объем продаж на 5 лет. В неделю цех производит 15 единиц товара, в месяц – 60 единиц, в первый год 720 единиц. Планируется увеличение объема продаж каждый год на 5%. Объем продаж приведен в таблице 3.6.

Таблица 3.6 – Производственная программа, шт.

Показатель	1-й год	2-й год	3-й год	4-й год	5-й год
Объемы производства	720	756	794	834	876

Объем производства за 5 лет увеличился на 156 единиц продукции. Наценка на товар будет установлена в размере 10% от себестоимости. Себестоимость товара в среднем составляет 12,0 тысяч рублей, то есть стоимость товара составит 13,2 тысяч рублей.

В заключении рассмотрим поток реальных денежных средств от операционной деятельности в таблице 3.7.

Таблица 3.7 – Поток реальных денег от операционной (текущей) деятельности, тыс. руб.

Показатель	1-й	2-й	3-й	4-й	5-й
Выручка	9504,0	9979,2	10480,8	11008,8	11563,2
Себестоимость	8640,0	9072,0	9528,0	10008,0	10512,0
Амортизация	60,0	60,0	60,0	60,0	60,0
Налог на имущество (3%)	9,0	7,2	5,4	3,6	1,8
Балансовая прибыль	795,0	840,0	887,4	937,2	989,4
Налог на прибыль (20%)	159,0	168,0	177,5	187,4	197,8
Чистая прибыль	636,0	672,0	709,9	749,8	791,6
Сальдо операционной деятельности	696,0	732,0	769,9	809,8	851,6

3.3 Оценка эффективности мероприятия

Инвестиции составляют 1673, 52 тыс. руб. Рассчитывается по формуле: (3.1)

$$T_{\text{ок}} = \frac{\text{сальдо оп. деят.}}{\text{месяца}} \quad (3.1)$$

$$T_{\text{ок}} = 696,0 / 12 = 58,0$$

Окупаемость рассчитывается по формуле: (3.2)

$$O_k = \frac{\text{инвестиции}}{T_{ок}} \quad (3.2)$$

$$O_k = 1673,52 / 58,0 = 28,9 \text{ (29 месяцев)}$$

Срок окупаемости данного проекта составляет 2 года 5 месяцев.

Ставка дисконтирования составила 24,15%. Для ее расчета была взята ставка рефинансирования, которая на 2015 год составила 8,25%, ее увеличили на темп инфляции за 2015 год (12,9%). Полученная величина была увеличена на коэффициент риска 3%.

Рассчитаем чистую текущую стоимость с учетом ставки дисконтирования. Результаты записаны в таблице 3.8.

Таблица 3.8 – Расчет чистой текущей стоимости

Показатели	Год				
	1-й	2-й	3-й	4-й	5-й
Сальдо операционной деятельности, т. р.	696,0	732,0	769,9	809,8	851,6
Дисконтный множитель 24,15%	0,8	0,64	0,51	0,42	0,34
Дисконтированное сальдо операционной деятельности, т. р.	556,8	468,5	392,7	340,1	289,5

$$T_{ок2} = 556,8 / 12 = 46,4$$

$$1673,52 / 46,4 = 36,1 \text{ (37 месяцев)}$$

Срок окупаемости с учетом дисконтирования составляет 3 года 1 месяц.

Так же мы рассчитываем показатели эффективности инвестиций:

- чистый дисконтированный доход - NPV (Net Present Value),
- внутренняя норма прибыли - IRR (Internal Rate of Return),

- индекс прибыльности - PI (Profitability Index).

NPV – это незамедлительный результат о эффективности инвестиций, который получают сразу после того, как решение об осуществлении проекта принято [18]. Рассчитывается по формуле: (3.3)

$$NPV = \sum_{t=0}^n \frac{CF_t}{(1+R)^t} \quad (3.3)$$

Где CF_t – денежные потоки от проекта в момент времени t ;

R – ставка дисконтирования.

$$NPV = \frac{-1673,52}{(1+0,24)^0} + \frac{696,0}{(1+0,24)^1} + \frac{732,0}{(1+0,24)^2} + \frac{769,9}{(1+0,24)^3} + \\ + \frac{809,8}{(1+0,24)^4} + \frac{851,6}{(1+0,24)^5} = 396,98$$

PI рассчитывается по формуле: (3.4)

$$PI = \frac{NPV}{CF_{t_0}} \quad (3.4)$$

$$PI = 396,98 / 1673,52 = 0,24$$

Из данной формулы мы видим, что $PI < 1$, а это считается, что данное вложение капитала не является эффективным.

IRR (внутренняя норма прибыли) – максимально возможная стоимость инвестиций [18]. Она составила 30%, это значит, что проект в будущем окупится, так как IRR превышает ставку дисконтирования.

Рентабельность продаж ($R_{пр}$) - показатель финансовой результативности деятельности организации, показывающий, какую часть выручки составляет прибыль. Рассчитывается по формуле: (3.5)

$$R_{пр} = \frac{ЧП}{Выручка} * 100\% \quad (3.5)$$

$$R_{пр} = 636,0 / 9504,0 * 100\% = 6,7$$

Рентабельность основной деятельности – эффективность основной деятельности компании, а так же работ, связанных со сбытом продукции [18]. Рассчитывается по формуле: (3.6)

$$R_{од} = \frac{ЧП}{Затраты} * 100\% \quad (3.6)$$

$$R_{од} = 9504,0 / 8868,0 * 100\% = 107,2$$

Точка безубыточности – объем производства и реализации продукции, при котором доходы будут превышать расходы [18].

Для того чтобы рассчитать точку безубыточности в денежном выражении, необходимо использовать следующие показатели:

FC – постоянные затраты;

TR – выручка (доходы);

VC - переменные затраты на объем.

Маржинальный доход (MR) находится как разница между выручкой и переменными затратами. Рассчитывается по формуле: (3.7)

$$MR = TR - VC \quad (3.7)$$

$$MR = 9504,0 - 8772,0 = 732,0$$

Коэффициент маржинального дохода рассчитывается по следующей формуле: (3.8)

$$KMR = \frac{MR}{TR} \quad (3.8)$$

$$KMR = 732,0 / 9504,0 = 0,1$$

Точка безубыточности в денежном выражении рассчитывается по следующей формуле: (3.9)

$$BEP = \frac{FC}{KMR} \quad (3.9)$$

$$BEP = 1103,0 / 0,1 = 11030,0$$

В данном случае, коэффициент показывает, что продукцию надо будет продать на 11030,0 тыс. руб., и только после этого предприятие будет получать прибыль.

По итогам всех подсчетов можно сделать вывод, что проект окупится, но это займет долгий срок, 3 года и 1 месяц. Вначале предприятие не будет получать прибыль, а будет работать себе в убыток, но по истечению срока окупаемости магазин начнет приносить прибыль.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Во время изучения теоретического материала были рассмотрены пути расширения деятельности предприятия, а так же были изучены стратегии совершенствования предприятия, в целом, и отдельно, более подробно, была рассмотрена стратегия открытия торговой точки. Так же внимание было уделено всем возможным принципам данного направления, без соблюдения которых невозможен правильный подход к совершенствованию деятельности предприятия с помощью именно этой стратегии.

Надежность планирования зачастую зависит от точности и правильности бухгалтерских расчетов прошлого. Для этого в данной выпускной работе был проведен анализ финансового состояния, анализ активов и пассивов, а так же управленческий анализ общества с ограниченной ответственностью «ЛЕБЕТТИ».

По итогам анализа было выявлено, что в отчетном периоде работает с положительным финансовым результатом, в целом предприятие является платежеспособным.

Валюта баланса предприятия увеличилась на 686,0 тыс. руб., что положительно характеризует предприятие, так как это незначительное, но улучшение, особенно в условиях современной экономики. Сальдо задолженности на данном предприятии является пассивным, что говорит о превышении расходов предприятия над доходами.

Коэффициент текущей ликвидности так же выше нормативного значения и это значит, что предприятие в полной мере обеспечено собственными средствами для ведения хозяйственной деятельности и своевременного погашения срочных обязательств.

По данным анализа видно, что все показатели рентабельности увеличились. Из этого следует, что рыночная эффективность деятельности предприятия увеличилась; доля прибыли в затратах так же стала выше; прибыль, которую получит организация, на единицу стоимости собственного капитала,

стала больше. Рентабельность активов увеличилась на 5,1 %, это характеризует предприятие как прибыльное.

На предприятии за отчетный период произошло сокращение персонала в количестве 8 человек. Такое обширное увольнение связано с экономическим спадом.

Основная проблема предприятия состоит в том, что оно производит больше, чем может продать, так как в основном потребителями являются фирмы-оптовики. Только малая доля населения знает о данном предприятии.

Для решения данной проблемы было предложено открытие фирменного магазина от предприятия. На осуществление данного мероприятия планируется выделить сумму в размере 1673,52 тыс. руб. из бюджета предприятия, а точнее из нераспределенной прибыли.

После проведения расчетов по экономическому обоснованию предложенных мероприятий, были получены следующие результаты: окупаемость проекта с учетом дисконтирования составила 3 года и 1 месяц, что является приемлемым результатом. Значения рентабельности говорят о высокой прибыльности предприятия. Рентабельность продаж в первый год составит 6,7%, а рентабельность основной деятельности 107,2%.

Рассчитанный показатель NPV оказался выше нулевой отметки, что говорит о получении прибыли от данного проекта и является положительным показателем. $PI < 1$, это говорит о не эффективном вложении капитала. ВЕР показывает, что продукцию надо будет продать на 11030,0 тыс. руб., и только после этого предприятие будет получать прибыль.

По итогам всех подсчетов можно сделать вывод, что проект окупится, но это займет долгий срок, 3 года и 1 месяц. Вначале предприятие не будет получать прибыль, а будет работать себе в убыток, но по истечению срока окупаемости магазин начнет приносить прибыль.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Абрамова, С. О. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятий : учебник / под ред. В. Я. Позднякова. – Москва : ИНФРА-М, 2010. – 617 с.
2. Абрютина, М. С. Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятий : учебно-практ. пособие / М. С. Абрютина, А. В. Грачев – Москва : Дело и Сервис, 2008. – 48 с.
3. Агарков, А. П. Экономика и управление на предприятии : учебное пособие / А. П. Агарков [и др.]. – Москва : Дашков и К, 2013. – 400 с.
4. Астахов, В. П. Бухгалтерский учет : учебное пособие / В. П. Астахов – Москва : Финансы и статистика, 2010. – 680 с.
5. Баскакова, О. В. Экономика предприятия (организации) : учебник / О. В. Баскакова, Л. Ф. Сейко. – Москва : Дашков и К, 2013. – 372 с.
6. Блант, М. Финансовый кризис : статья / М. Блант – Москва : АСТ, 2015. – 20 с.
7. Булатов, Н. В. Теория бухгалтерского учета : учебное пособие / Н. В. Булатов – Москва : Дашков и К, 2009. – 260 с.
8. Васильева, Л. С. Финансовый анализ : учебник / Л. С. Васильева, М. В. Петровская – Москва : КНОРУС, 2010. – 544с.
9. Васильева, Н. А. Экономика предприятия : конспект лекций / Н. А. Васильева, Т. А. Матеуш, М. Г. Миронов – Москва: ЮРАЙТ, 2011. – 192 с.
10. Веснин, В. Р. Стратегии управления: учебник / В. Р. Веснин - Москва : Проспект, 2015. – 328 с.
11. Голубков, Е. П. Антикризисный маркетинг : статья / Е. П. Голубков // Маркетинг в России и за рубежом – 2011. – 5-17 с.
12. Горфинкель, В. Я. Экономика предприятия : учебник для вузов / под ред. проф. В. Я. Горфинкеля - 5-е изд., перераб. и доп. – Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2012. – 797 с.

13. Гугелев, А. В. Инновационный менеджмент : учебник / А. В. Гугелев – Москва : Дашков и К, 2010. – 19 с.
14. Дурицына, Р. Ф. Управление организацией в условиях кризиса : проектный подход : учебное пособие / Р. Ф. Дурицына – Благовещенск : Зея, 2009. – 8 с.
15. Душенькина, Е. А. Экономика предприятия : конспект лекций / Е. А. Душенькина – Москва : ИНФРА-М, 2009. – 160 с.
16. Заика, А. А. Практика бухгалтерского учета в программе 1С : Бухгалтерия 8.1. / А. А. Заика – Спб : ЛИТЕРА, 2010. - 356 с.
17. Зимин А. Ф. Экономика предприятия : учебное пособие / А. Ф. Зимин, В. М. Тимирьянова – Москва : ИНФРА-М, 2012. – 288 с.
18. Золотогоров, В. Г. Экономика : энциклопедический словарь – 2-е изд. / В. Г. Золотогоров – Москва : Книжный дом, 2009. - 720 с.
19. Иванов, И. Н. Организация производства на промышленных предприятиях : учебник / И. Н. Иванов – Москва : ИНФА-М, 2009. – 242 с.
20. Йоцене, М. А. Организация преддипломной практики для студентов специальности «Экономика и управление на предприятии (по отраслям)» : метод. указания / сост. М. А. Йоцене ; Сиб. федер. ун-т, ХТИ – филиал СФУ. – Абакан : РИО ХТИ – филиала СФУ, 2010. – 26с.
21. Ключкова, Е. Н. Экономика предприятия : учебник / Е. Н. Ключкова, В. И. Кузнецов, Т. Е. Платонова – Москва : ЮРАЙТ, 2014. – 448 с.
22. Котлер, Ф. Основы маркетинга . Краткий курс: книга / под ред. Н. М. Макарова – Москва : Диалектика, 2016. – 242 с.
23. Лытнева, Н. А. Бухгалтерский учет : учебное пособие / Н. А. Лытнева, Л. И. Малявкина, Т. В. Федорова – Москва : АСТ, 2009. - 500 с.
24. Ожегов, С. И. Толковый словарь русского языка : 80000 слов и фразеологических выражений : толковый словарь / С. И. Ожегов, Н. Ю. Шведова – Российская академия наук – Москва : Азбуковник, 1999. – 944 с.
25. Половцева, Ф. П. Коммерческая деятельность : учебное пособие / Ф. П. Половцева – Москва : ИНФРА-М, 2010. – 248 с.

26. Романенко, И. В. Экономика предприятия : учебник / И. В. Романенко – Москва : ЮРАЙТ, 2011. – 352 с.
27. Соломатин, А. Н. Экономика и организация деятельности торгового предприятия : учебник – 2-е изд., перераб. / А. Н. Соломатин – Москва : ИНФРА-М, 2009. – 387 с.
28. Сотникова, Л. В. Бухгалтерская отчетность организации 2008-2009 год : учебное пособие / Л. В. Сотникова – Спб : Амфора, 2009. - 703 с.
29. Устав / ООО «ЛЕБЕТТИ» – 2012 г.;
30. Фомичев, А. Н. Стратегии менеджмента : учебник для вузов / А. Н. Фомичев – Москва : Дашков и К, 2014. – 468 с.

Приложение А

БУХГАЛТЕРСКИЙ БАЛАНС

Форма по ОКУД
0710001

Дата (31 декабря
2015г.)

Организация: Инновационное предприятие ООО «ЛЕБЕТТИ»

Идентификационный номер налогоплательщика 1901109679

Вид деятельности: пошив верхней одежды

Организационно-правовая форма: ООО

Единица измерения: тыс. руб.

Адрес: Республика Хакасия, г. Абакан, ул. Чкалова 23, строение В2

АКТИВ	Код стр.	2015 г.	2014 г.
1	2	3	4
I. ВНЕОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ			
Нематериальные активы	1110		
Результаты исследований и разработок	1120		
Основные средства	1130	19	36
Доходные вложения в материальные ценности	1140		
Финансовые вложения	1150		
Отложенные налоговые активы	1160		
Прочие внеоборотные активы	1170		
ИТОГО по разделу I	1100	19	36
II. ОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ			
Запасы	1210	3358	3872
Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям	1220		
Дебиторская задолженность	1230		
Финансовые вложения	1240		
Денежные средства	1250	1	14
Прочие оборотные активы	1260	12936	11706
ИТОГО по разделу II	1200	16295	15592
БАЛАНС	1600	16314	15628

ПАССИВ	Код стр.	2015 г.	2014 г.
1	2	3	4
III. КАПИТАЛ И РЕЗЕРВЫ			
Уставный капитал (складочный капитал, уставный фонд, вклады товарищей)	1310	1000	1000
Собственные акции, выкупленные у акционеров	1320	()	()
Переоценка внеоборотных активов	1340		
Добавочный капитал (без переоценки)	1350		
Резервный капитал	1360		
Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)	1370	11046	11616
ИТОГО по разделу III	1300	12046	12616
IV. ДОЛГОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА			
Заёмные средства	1410		
Отложенные налоговые обязательства	1420		
Оценочные обязательства	1430		
Прочие долгосрочные обязательства	1440		
ИТОГО по разделу IV	1400		
V. КРАТКОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА			
Заёмные средства	1510	115	
Кредиторская задолженность	1520	4153	3012
Доходы будущих периодов	1530		
Оценочные обязательства	1540		
Прочие обязательства	1560		
ИТОГО по разделу V	1500	4268	3012
БАЛАНС	1700	16314	15628

Отчет о прибылях и убытках
За 31 декабря 2015 г.

Организация: ООО «ЛЕБЕТТИ»
Идентификационный номер налогоплательщика
1901109679

Вид деятельности: пошив верхней одежды
Организационно-правовая форма: ООО
Единица измерения: тыс. руб.

Форма по
ОКУД

по
ОКПО

ИНН

по
ОКВЭ
Д

по
ОКЕИ

КОДЫ
07100 02

Наименование показателя	Код стр.	2015 г.	2014 г.
1	2	3	4
Выручка (без НДС)			
в том числе от продажи:	2110	20100	19820
Себестоимость продаж	2120	12150	11300
Валовая прибыль (убыток)	2100		
Коммерческие расходы	2210		
Управленческие расходы	2220		
Прибыль (убыток) от продаж	2200	7950	8520
Доходы от участия в других организациях	2310		
Проценты к получению	2320		
Проценты к уплате	2330		
Прочие доходы	2340	820	793
Прочие расходы	2350	100	210
Прибыль (убыток) до налогообложения	2300	8670	9103
Текущий налог на прибыль	2300	1734	1820,6
в том числе постоянные налоговые обязательства (активы)	2421		
Изменение отложенных налоговых обязательств	2430		
Изменение отложенных налоговых активов	2450		
Прочее	2460		
Чистая прибыль (убыток)	2400	6936	7282,4

Руководитель: Чупракова Т. А.

Бухгалтер: Ионова Е. К.

ПОСЛЕДНИЙ ЛИСТ ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ

Квалификационная работа выполнена мной самостоятельно. Используемые в работе материалы и концепции из опубликованной научной литературы и других источников имеют ссылки на них.

Отпечатано в 1 экземпляре.

Список используемых источников 30 наименований.

Экземпляр сдан на кафедру.

«___»_____ 2016 г.
дата

(подпись)

Т. Д. Ломова
(Ф.И.О.)